

# **ANALISIS KEBIJAKAN DIPLOMASI EKONOMI INDONESIA TERHADAP PASAR NON TRADISIONAL: TANTANGAN DAN PELUANG**

## **ABSTRAK**

Pada saat ini, arah kebijakan politik luar negeri Indonesia yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia di bawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo mengutamakan kepada empat prioritas politik luar negeri Republik Indonesia, yaitu Kedaulatan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), Perlindungan Warga Negara Indonesia (WNI), Diplomasi Ekonomi dan Peran Internasional. Salah satu prioritas politik luar negeri Indonesia adalah diplomasi ekonomi. Pada saat ini, Indonesia tidak hanya mengandalkan ekspor ke negara mitra dagang utama Indonesia selama ini atau yang disebut dengan pasar tradisional. Akan tetapi, pemerintah Indonesia juga mengarahkan fokus kebijakan ekspornya kepada pasar non tradisional, dengan tujuan untuk dapat meningkatkan ekspor Indonesia pada tahun ini dan juga pada tahun-tahun yang akan datang. Penelitian ini akan bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia khususnya terhadap negara-negara yang merupakan Pasar Non Tradisional bagi Indonesia, terutama akan berfokus untuk melihat tantangan dan peluang implementasi diplomasi ekonomi Indonesia di Pasar Non Tradisional untuk dapat meningkatkan ekspor Indonesia yang tujuan akhirnya adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

*Kata Kunci: Diplomasi Ekonomi, Pasar non Tradisional, Ekspor, Pertumbuhan Ekonomi.*

## Pendahuluan

Diplomasi ekonomi Indonesia melalui perdagangan semakin intensif dilaksanakan, terutama pada saat ini adalah dengan negara-negara yang menjadi mitra dagang Indonesia yang terdiri atas pasar tradisional dan pasar non tradisional bagi Indonesia. Intensifitas perdagangan dengan implementasi diplomasi ekonomi khususnya semakin meningkat dan memfokuskan kepada pasar non tradisional. Negara-negara yang merupakan pasar non tradisional Indonesia terdiri atas lebih kurang 9 negara yang tersebar di berbagai kawasan. Pasar non tradisional adalah negara-negara yang potensial secara ekonomi dan prospektif untuk menjadi tujuan pasar bagi Indonesia, sebagai contoh negara-negara di kawasan Amerika Latin, Eropa Tengah dan Timur, Afrika, Asia Selatan dan Tengah dan Pasifik Selatan.

**Tabel 1. Negara-negara yang merupakan Pasar Non Tradisional Indonesia**

| No. | Negara                          |
|-----|---------------------------------|
| 1.  | Belgia                          |
| 2.  | Perancis                        |
| 3.  | India                           |
| 4.  | Arab Saudi                      |
| 5.  | Uni Soviet (dan Federasi Rusia) |
| 6.  | Spanyol                         |
| 7.  | Thailand                        |
| 8.  | Trinidad & Tobago               |
| 9.  | Vietnam                         |

Sumber: Sulthon Sjahrir, 2016

Negara-negara yang masuk kategori negara-negara mitra dagang besar bagi Indonesia dan merupakan pasar tradisional Indonesia tersebar di kawasan Asia ( ada 6 negara, yaitu Singapura, Malaysia dan

Filipina, Tiongkok dan Hong Kong, Jepang dan Korea Selatan), kawasan Eropa Barat (ada 4 negara, yaitu Inggris Raya, Jerman, Belanda dan Italia.), kawasan Amerika, yaitu Amerika Serikat, dan kawasan *Oceania*, yaitu Australia (Sabaruddin, 2016).

Pada tahun 2011-2015, Indonesia mengalami penurunan ekspor yang cukup signifikan sebesar 16,59%. Nilai ekspor Indonesia sebesar pada tahun 2011 adalah sebesar US\$ 203 milyar, tetapi terjadi penurunan pada nilai ekspor Indonesia menjadi US\$150.25 milyar pada tahun 2015 (Sabaruddin, 2016).

**Tabel 2 Nilai/Jumlah Ekspor Indonesia Tahun 2011-2015**

| Tahun<br>2011 | Tahun<br>2012 | Tahun<br>2013 | Tahun<br>2014 | Tahun<br>2015 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>203.49</b> | <b>190.02</b> | <b>182.55</b> | <b>176.29</b> | <b>150.28</b> |

Sumber: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2016)

Sebagai respon terhadap penurunan nilai ekspor tersebut, pemerintah Indonesia merumuskan dan mengambil kebijakan terkait diplomasi ekonomi melalui perdagangan, yaitu terutama dengan meningkatkan ekspor Indonesia dan menentukan alokasi sumber daya (misal sumber daya manusia dan anggaran promosi bidang ekonomi) di perwakilan Indonesia di mancanegara. Menteri Luar Negeri RI melalui pernyataan pers 29 Oktober 2014 menegaskan pentingnya empat pilar diplomasi ekonomi dan perdagangan terutama sebagai upaya untuk melakukan perluasan dan peningkatan akses pasar produk Indonesia. Salah satu cara adalah dengan mendorong perubahan *mindset* para diplomat Indonesia supaya lebih aktif melaksanakan diplomasi ekonomi serta penguatan kapasitas dan sumber daya perwakilan RI khususnya di pasar non-tradisional.

Pasar non tradisional memiliki potensi ekspor yang besar. Hal ini disampaikan juga oleh Presiden Joko Widodo pada saat pembukaan *Trade Expo Indonesia*, di ICE BSD, Tangerang Selatan, pada 11 Oktober 2017. Potensi ekspor Indonesia ke Afrika mencapai 550 miliar dollar AS

pada tahun 2016. Selanjutnya, potensi ekspor ke Eurasia sebesar 251 miliar AS, ke Timur Tengah sebesar 975 miliar dollar AS, ke India sebesar 375 miliar dollar AS, ke Pakistan sebesar 44 miliar dollar AS dan potensi ekspor ke Srilanka sebesar 19 miliar dollar AS (Aziza, 2017).

### **Rumusan Masalah**

“Mengapa Indonesia memfokuskan pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia ke pasar non tradisional dan apa saja peluang dan tantangan yang akan dihadapi oleh Indonesia?”

## **Kerangka Konseptual dan Teoritis**

### **Teori Liberalisme**

Penelitian ini menggunakan pendekatan liberalis. Kaum liberal umumnya mengambil pandangan positif tentang sifat manusia. Mereka memiliki keyakinan besar terhadap akal pikiran manusia dan mereka yakin bahwa prinsip-prinsip rasional dapat dipakai pada masalah-masalah internasional. Kaum liberal mengakui bahwa individu selalu mementingkan diri sendiri dan bersaing terhadap suatu hal. Tetapi mereka juga percaya bahwa individu-individu memiliki banyak kepentingan dan dengan demikian dapat terlibat dalam aksi sosial yang kolaboratif dan kooperatif, baik domestik maupun internasional yang menghasilkan manfaat besar bagi setiap orang baik di dalam negeri maupun luar negeri. Namun, kaum liberal sepakat bahwa dalam jangka panjang kerjasama yang didasarkan pada kepentingan timbal balik akan berlaku. Hal itu disebabkan modernisasi yang terus menerus meningkatkan ruang lingkup dan kebutuhan bagi kerjasama (Jackson, 2013).

Liberalisme menempatkan negara sebagai suatu manifestasi kebutuhan untuk melindungi kebebasan individual. Dalam paradigmanya, terdapat beberapa asumsi yang dapat digunakan untuk menganalisis fenomena yang akan diteliti. Asumsi-asumsinya adalah sebagai berikut:

1. Menekankan pada kerjasama antar negara

2. Pandangan positif terhadap sifat alamiah manusia
3. Negara bukan satu-satunya aktor dalam Hubungan Internasional.

Kepercayaan penuh terhadap fungsi dari organisasi dan hukum internasional untuk mengatasi sistem internasional yang anarki. Interaksi antar aktor-aktor tidak hanya terbatas pada aspek politik ( *high politics* ) tetapi juga pada aspek ekonomi ( *low politics* ).

### **Diplomasi Ekonomi**

Diplomasi adalah sebuah tindakan secara praktis yang dilakukan oleh sebuah negara melalui perwakilannya yang dalam pelaksanaannya melibatkan negosiasi mengenai berbagai isu dalam hubungan internasional (Barston, 2006 : 1). Mengutip dari Encyclopedia Britannica, diplomasi dapat dikatakan sebagai salah satu media yang digunakan oleh negara untuk kemudian menunjukkan dan mengkomunikasikan pendirian dan pandangannya terhadap suatu isu atau kajian yang sedang berkembang, sebagai sarana dalam perwujudan tujuan maupun kepentingan nasionalnya. Sebuah diplomasi dilakukan dengan mempengaruhi keputusan atau pandangan pihak lain melalui dialog, negosiasi beserta cara lain yang dilakukan dengan tanpa kekerasan. Penggunaan cara-cara tanpa adanya kekerasan, sebab hanya menekankan pada efektifitas komunikasi antara pihak-pihak yang berdiplomasi ini dapat membantu bagaimana caranya segala bentuk pandangan yang ada mampu dimoderasi dan dikomunikasikan. Dengan adanya upaya komunikasi lintas pandangan maupun persepsi yang ada, adanya proses bagaimana pihak yang terlibat memberikan pengaruh satu sama lain untuk mencapai kepentingannya. Dalam pelaksanaannya, diplomasi ekonomi menjadi sebuah salah satu bentuk diplomasi yang dilakukan oleh sebuah negara terhadap negara lain.

Diplomasi ekonomi berkaitan dengan bagaimana suatu negara membuat dan mengambil keputusan dengan penggunaan instrumen ekonomi untuk mewujudkan kepentingan ekonomi melalui penyebaran pengaruh terhadap situasional maupun kebijakan ekonomi yang ada negara lain maupun

organisasi internasional tertentu (Arystankulova, 2018). Artinya bahwa diplomasi ini menekankan bagaimana atensi negara terhadap kepentingan ekonomi diprioritaskan dalam melakukan hubungan internasional dengan pihak tertentu. Selain itu, penggunaan instrumen ekonomi sebagai media pelaksanaan diplomasi ini membuatnya cukup luas untuk kemudian dikaji lebih lanjut.

Diplomasi ekonomi memiliki agenda yang komprehensif sebab berkaitan dengan perdagangan luar negeri, hubungan impor dan ekspor, kerjasama beserta perjanjian perdagangan, peluang investasi, serta komunikasi kepentingan nasional setiap negara dalam ranah ekonomi. Mengingat bahwa tentunya setiap negara memiliki preferensi dan pertimbangan yang berbeda dalam menyusun dan menetapkan bagaimana diplomasi ekonomi ini dilaksanakan. Suatu negara akan kemudian melihat dan menyesuaikan kapabilitas yang dimilikinya untuk menggunakan peluang yang ada agar kepentingan ekonominya dapat dimaksimalkan melalui media diplomasi ekonomi untuk kesejahteraan negara yang bersangkutan, begitupun dengan Indonesia.

### **Pasar Non Tradisional**

Kawasan yang kemudian dijadikan target sebagai pasar non tradisional merupakan wilayah yang sebelumnya belum difokuskan dan dikembangkan menjadi kawasan pengembangan ekspor bagi Indonesia, namun terlepas dari hal itu, kerjasama dengan beberapa negara di kawasan terkait sudah dibangun terlebih dahulu. Mengutip dari Kementerian Luar Negeri, beberapa kawasan tertentu yang menjadi target ekspor sebagai pasar non tradisional bagi Indonesia di antaranya adalah Afrika, Amerika Latin, Asia Selatan, Asia Tengah, Timur Tengah hingga kawasan Pasifik. Penetapan kawasan yang dijadikan sebagai target pasar non tradisional oleh Indonesia dipertimbangkan melalui peluang dan keuntungan yang sudah dan akan di dapat dari sektor ekspor terhadap negara-negara tertentu yang ada di kawasan tersebut. Kawasan-kawasan yang dipilih sebelumnya secara umum belum difokuskan menjadi target pasar, untuk itu dengan

mempertahankan target pasar tradisional yang sudah menjadi mitra Indonesia untuk waktu yang beragam, akan menjadi kesempatan yang menjanjikan jika kemudian Indonesia mampu membuka kawasan baru dalam menginisiasi dan mengembangkan diplomasi ekonominya.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Diplomasi ekonomi berkaitan dengan segala kepentingan nasional dalam sektor ekonomi, seperti perdagangan luar negeri, hubungan dalam impor dan ekspor, kerjasama beserta perjanjian perdagangan, serta investasi (Arystankulova, 2018). Maka, dapat dikatakan bahwa diplomasi ekonomi merupakan upaya dari sebuah negara dalam menjalankan dan mengkomunikasikan kepentingannya melalui media diplomasi. Jika kemudian kita memfokuskan pada bagaimana diplomasi ekonomi ini dijalankan, tentunya tidak akan terlepas dari kapabilitas suatu negara dalam mempertimbangkan potensinya untuk menggunakan segala aspek yang masuk ke dalam ranah ekonomi tersebut dalam menunjang kepentingan serta kesejahteraan negara terkait. Hal ini disebabkan karena diplomasi ekonomi menjadi sebuah bentuk kebijakan luar negeri yang dikeluarkan melalui proses penyusunan kebijakan yang melihat tidak hanya evaluasi aspek ekonomi yang dimiliki oleh suatu negara untuk kemudian dapat dikembangkan. Namun juga bagaimana peluang serta tantangan yang memiliki kemungkinan untuk dihadapi, sehingga negara tersebut bisa memiliki strategi yang tepat untuk mendapatkan keuntungan yang hendak dicapai dan memaksimalkan potensi dari segala hal yang termasuk ke dalam sektor ekonominya.

Mengutip dari Kontan, sesuai dengan pernyataan Menteri Luar Negeri Indonesia, Retno Marsudi, bahwa diplomasi ekonomi menjadi salah satu prioritas kebijakan luar negeri Indonesia dibawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo, serta langkah yang diambil oleh Indonesia terkait diplomasi ekonomi lebih menekankan pada bagaimana Indonesia melakukan penguatan kerjasama ekonomi dengan pasar baru atau pasar non tradisional, salah satunya di kawasan Afrika. Hal ini tidak hanya

menunjukkan bahwa jika diplomasi ekonomi dijadikan menjadi suatu prioritas bagi kebijakan luar negeri Indonesia, namun juga secara tidak langsung Indonesia menyadari atas potensinya dalam bidang ekonomi yang patut untuk diperjuangkan. Maka Indonesia di masa pemerintahan Presiden Joko Widodo menyusun strategi untuk melihat bagaimana sektor ekonomi bisa menjadi potensi yang menjanjikan bagi kepentingan Indonesia kini dan nanti. Tidak hanya untuk pembangunan dalam negeri, namun juga untuk hubungan luar negeri dengan cakupan yang lebih luas dan kompleks.

Kementerian Luar Negeri Indonesia menggunakan perwakilan Indonesia di luar negeri sebagai pelaksana diplomasi ekonomi, yakni sebagai *marketers* juga *opportunity seekers* yang mencari peluang dalam perdagangan, turisme, serta infrastruktur (Lisbet, 2015). Sehingga perwakilan Indonesia memiliki tugas dalam menganalisa kesempatan apa yang bisa dimanfaatkan serta mempromosikan potensi Indonesia untuk dapat menjalin hubungan serta kerjasama dengan mitra strategis tertentu. Selain itu, peran diplomat sebagai perwakilan Indonesia juga dituntut untuk dapat memiliki kemampuan *market intelligence* serta *trade policy intelligence* (Lisbet, 2015). Artinya bahwa diplomat harus mampu untuk melakukan sebuah pengamatan terhadap pasar, tentang apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan komoditas apa yang memiliki nilai jual yang patut untuk bisa diperjuangkan. Selain itu, mampu melakukan pengamatan terhadap segala bentuk kebijakan ekonomi yang bentuk dan dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara tertentu, sebab hal itu bisa menjadi acuan bagi pintu masuk kebijakan terbaik yang bisa diambil oleh Indonesia.

Untuk kemudian mewujudkan prioritas kebijakan luar negeri berupa diplomasi ekonomi, Indonesia memiliki beberapa langkah yang harus dilakukan. Mengutip dari Media Indonesia, yakni dengan memperkuat pasar domestik, pasar tradisional maupun pasar non-tradisional, meningkatkan perdagangan dan investasi, menjaga serta mengoptimalkan kepentingan strategis ekonomi Indonesia, dan mendorong ekonomi 4.0 yang berkaitan dengan ranah industri digital, ekonomi kreatif dan



pengembangan SDM. Dari beberapa langkah yang diwujudkan oleh Indonesia dalam memaksimalkan diplomasi ekonominya, memang tidak terlepas dari beragam kegiatan ekonomi yang dibutuhkan. Selain itu, orientasi penguatan sektor ekonomi yang dimiliki oleh Indonesia tidak hanya menekankan bagaimana Indonesia mencari cara untuk menguatkan pasar domestiknya sendiri, namun juga dengan penguatan pasar diluar yakni pasar tradisional dan pasar non tradisional.

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, perlunya pasar domestik untuk diperkuat dan dijamin oleh pemerintah dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya perdagangan bebas yang menghasilkan persaingan yang cukup tinggi, sehingga serangkaian kebijakan yang berorientasi pada penjaminan produk dan pengusaha dalam negeri dinilai menjadi penting. Selain itu, seperti halnya dengan upaya untuk menekankan pada penguatan kerjasama ekonomi yang berorientasi di cakupan eksternal domestik negara, artinya Indonesia tidak hanya akan membangun dan membina hubungan dengan negara terkait dalam aspek perdagangan, namun juga pengembangan investasi serta ekspor-impor yang memungkinkan untuk dibangun. Hubungan yang terbentuk dari diplomasi ekonomi ini juga akan membuka peluang terbentuknya hubungan perdagangan yang mendorong Indonesia untuk dapat menyalurkan produk serta komoditas yang memiliki nilai jual yang cukup bisa bersaing dengan produk atau komoditas lain yang serupa di pasar internasional.

Baik melalui hubungan bilateral, maupun multilateral, jika Indonesia sudah memasuki pasar internasional dalam komoditas tertentu, artinya peluang akan mudah terlihat dan dipertimbangkan. Sebab, Indonesia dapat mengevaluasi nilai dan tingkat persaingan yang ada, serta daftar negara yang dapat dijadikan sebagai target perdagangan berdasarkan komoditas yang mereka butuhkan sebagai acuan evaluasi kapabilitas Indonesia dalam sektor terkait. Selain itu, peluang yang bisa didapatkan dalam penguatan pasar domestik di era globalisasi ini juga mendatangkan tantangan khusus bagi Indonesia. Tantangan itu menyangkut bagaimana Indonesia harus bisa mempertimbangkan kepentingan tidak hanya bagi pelaku produksi dalam negeri, namun juga bagi investor. Maka, dengan melihat keuntungan apa

yang bisa diambil dan kebijakan apa yang bisa memperlancar kedua pelaku ekonomi di pasaran untuk bisa bersaing sehat dengan tetap mendukung pelaku domestik untuk kesejahteraan masyarakat negara yang bersangkutan.

Mengutip dari Antara News, hal mengenai perdagangan juga ditekankan oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia, Enggartiasto Lukita, yang menyatakan bahwa Presiden Joko Widodo menekankan urgensi bagi Indonesia dalam menyusun strategi untuk mempertahankan pasar tradisional sebagai target pasar, namun juga membuka beragam peluang ke pasar non tradisional sebagai sasaran untuk kegiatan ekonomi seperti perdagangan. Artinya bahwa dalam menjalankan strategi perdagangannya sebagai bentuk perwujudan dari diplomasi ekonomi ini menekankan bagaimana Indonesia menekankan pentingnya untuk terus melihat peluar pengembangan pasar yang harus terus diperbaharui.

Semakin cepat langkah Indonesia dalam mencari dan mewujudkan peluangnya, semakin tinggi juga kesempatan bagi Indonesia dalam memberdayakan kawasan untuk kepentingan ekonominya dengan mitra kerjasama lebih awal dari negara lain yang mungkin saja dapat lebih mendahuluinya. Menurut Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia beberapa kawasan pasar non tradisional tertentu sebagai sasaran kegiatan ekonomi berupa ekspor yakni seperti Afrika, Amerika Latin, Asia Selatan, Asia Tengah, Timur Tengah hingga kawasan Pasifik. Beberapa negara yang ada di kawasan yang disebutkan sudah memiliki hubungan kerjasama dengan Indonesia sebelumnya, dan pengembangan wilayah tersebut sebagai sasaran ekspor menjadi bentuk kemajuan dari tindakan diplomasi ekonomi yang dijalankan oleh Indonesia.

Badan Pusat Statistik mencatat bahwa pada tahun 2017 angka ekspor ke pasar non tradisional mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi, ditandai dengan kenaikan 17,22% terhadap Turki, dan 44,33% terhadap Mesir, terlepas dari menurunnya angka ekspor sebesar 3,51% secara keseluruhan hingga mencapai 14,54 Miliar Dolar Amerika pada September 2017. Melalui data dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia ini, menunjukkan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari angka ekspor

terhadap negara seperti Turki dan Mesir menjadi sebuah dasar bagi pengembangan ekonomi dapat ditingkatkan secara lebih luas dan lebih melibatkan banyak negara di kawasan yang saling terhubung untuk meningkatkan hubungan dan kemanfaatan bersama. Selain itu, dalam periode Januari hingga September 2017, dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia mencatat bahwa terdapat surplus dalam perdagangan luar negeri sebesar 10,57 Miliar Dolar Amerika dengan angka ekspor mencapai 123,36 Miliar dan angka impor mencapai 112,49 Miliar Amerika. Dengan catatan meningkatnya angka ekspor Indonesia, menunjukkan sebuah signifikansi dan sebagai dorongan lain bagi Indonesia untuk mampu mempertahankan dan terus meningkatkan sektor ekspor yang berpotensi mendatangkan keuntungan dalam mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan visi diplomasi ekonomi yang telah direncanakan sebelumnya.

Tidak hanya itu, mengutip dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, menurut Ngakan Timur Antara sebagai Staf Ahli Menteri Perindustrian Bidang Penguatan Struktur Industri, menyatakan bahwa potensi yang kemudian dimiliki oleh kawasan yang dijadikan target ekspor Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar, sumber daya alam yang relatif terbatas, serta sebagian besar negaranya tidak menerapkan kebijakan atau sistem pembatasan ekspor layaknya sebagian besar negara maju. Dengan adanya jumlah penduduk yang cukup besar dan jika kualitas produk atau komoditas yang dipasarkan secara ekspor ke negara terkait, maka jumlah penduduk ini dapat dijadikan target pengembangan konsumen untuk skala yang besar pula, khususnya untuk beragam produk yang masuk ke dalam kebutuhan esensial dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, dengan ketersediaan sumber daya alam yang relatif terbatas di kawasan pasar non tradisional menjadi potensi lain yang bisa dimanfaatkan oleh Indonesia yang memiliki beragam komoditas dan produk hasil alam yang bisa dipasarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di kawasan terkait.

Mengacu dari perbedaan secara geografis yang tentunya mempengaruhi jenis komoditas yang ada di setiap negara tentunya membuka peluang

adanya hubungan perdagangan sebagai transaksi prosuk sesuai kebutuhan masyarakat di negara yang bersangkutan. Jika kemudian melihat dari potensi kemudahan dalam memasarkan produk di pasar non tradisional juga menjadi sebuah peluang yang menjanjikan, sebab tidak adanya kebijakan ketat yang dikeluarkan oleh negara bersangkutan dalam membatasi produk yang masuk ke negaranya. Hal itu akan membuka lebih banyak produk yang bisa kemudian masuk dan dipasarkan untuk mencari konsumen, namun disaat yang bersamaan juga adanya kebutuhan atas peningkatan kualitas produk yang dipasarkan sesuai dengan kebijakan Presiden Joko Widodo menjadi tantangan yang harus dipersiapkan.

Peluang bagi pengembangan wilayah pasar non tradisional adalah bagaimana beragam wilayah tersebut memiliki jumlah penduduk yang cukup besar, tetapi dengan sumber daya alam yang relatif terbatas. Selain itu, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menekankan wilayah terkait tidak menerapkan sistem kuota ekspor seperti yang diterapkan oleh beragam negara maju. Maka dari itu, Indonesia dengan beragam komoditas dan produk yang bisa diupayakan dalam bersaing dengan produk lain bisa menjadi kekuatan tertentu dalam memaksimalkan potensi pasar non tradisional sebagai sasaran pasar.

Upaya yang dilakukan mencerminkan bagaimana diplomasi ekonomi seiring berjalannya waktu, akan membuka lebih banyak peluang untuk terus ditingkatkan lebih jauh. Sebab, semuanya berawal dari sebuah hubungan kerjasama sebagai hasil upaya diplomasi Indonesia dengan negara yang bersangkutan, hingga Indonesia mengupayakan hubungan kerjasama keduanya dapat semakin diperbaharui dan membuka sektor ekonomi sebagai salah satu bidang yang sama-sama menjanjikan dan dapat mendatangkan manfaat serta keuntungan baik untuk waktu sekarang maupun untuk waktu yang akan datang. Mengutip dari Kontan, Menlu Retno bahkan menyampaikan bahwa dalam kurun waktu empat tahun, adanya peningkatan hingga 100% dalam angka perdagangan Indonesia dengan beberapa kawasan pasar non-tradisional seperti Asia Selatan, Asia Tengah, Amerika Selatan, Amerika Tengah, Eropa Tengah dan Eropa Timur yang diklaim naik 100%.

Peningkatan dalam kurun waktu 2019 ini menjadi salah satu pencapaian Indonesia yang perlu terus dikembangkan ke depannya, sebab memiliki potensi yang bisa terus digali dan dievaluasi. Menlu Retno juga menyebutkan bahwa Indonesia memperkuat infrastruktur kerjasama ekonomi secara bilateral, guna meningkatkan daya saing produk Indonesia melalui negosiasi baru dan penyelesaian negosiasi Comprehensive Economic Partnership Agreement (CEPA), Free Trade Agreement (FTA) dan Preferential Trade Area (PTA). Dengan semakin memperkuat mekanisme kerjasama ekonomi yang dijalankan oleh Indonesia dengan mitra kerjasama lain yang strategis, maka dengan ini Indonesia menunjukkan komitmennya sebagai hasil evaluasi bahwa kerjasama secara bilateral dalam sektor ekonomi memang memiliki peluang, mengingat bahwa sebelumnya angka perdagangan di beragam negara khususnya pasar non tradisional memberikan peningkatan yang signifikan.

Selain itu, dalam aspek investasi, Indonesia mencoba untuk menjalankan diplomasi ekonominya sebagai upaya untuk mempromosikan kepada rekan bisnis baik aktor negara maupun non negara. Mengutip dari Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, seperti halnya yang disampaikan oleh Wakil Menteri Luar Negeri, Mahendra Siregar yang menyatakan tentang pentingnya perkuat kerjasama ekonomi, khususnya dengan Amerika Serikat dalam bidang investasi sehingga mewujudkan arahan Presiden yang meminta semua perizinan kementerian dan lembaga dipusatkan ke BKPM termasuk insentif pajak demi mempercepat realisasi investasi. Dimana hal ini akan lebih memudahkan perizinan dan pengembangan investasi. Untuk menarik investor, Mahendra juga menyampaikan kebijakan perdagangan Indonesia dan Amerika Serikat untuk peningkatan ekspor melalui integrasi ke dalam rantai nilai global, penyerdehanaan prosedur, efisiensi logistik, serta diplomasi ekonomi dan pengembangan pasar.

Dari kebijakan tentang bagaimana Indonesia mendorong perwakilannya agar lebih proaktif dalam mempromosikan potensi Indonesia, adalah media khusus dalam memperbesar peluang yang bisa digunakan oleh Indonesia dalam memaksimalkan potensi ekonominya. Dengan adanya sumber daya

manusia yang memiliki kapabilitas untuk mengevaluasi dan membuat daftar prioritas melalui pertimbangan pangsa pasar, maka akan mempermudah Indonesia untuk terus melebarkan jangkauan hubungannya dengan beragam mitra kerjasama. Untuk dapat melihat, bagaimana peluang yang dimiliki oleh diplomasi ekonomi yang dijalankan oleh Indonesia, kita bisa melihatnya dari aspek ekonomi seperti halnya perdagangan luar negeri, hubungan dalam impor dan ekspor, kerjasama beserta perjanjian perdagangan, bahkan hingga investasi.

Jika kemudian membicarakan tentang aspek perdagangan, Indonesia tentunya tidak bisa melepaskan kebijakannya terkait dengan hal ini dari perhitungan pangsa pasar, baik pasar domestik maupun internasional. Dalam pasar domestik yang melibatkan tentang sistem serta daya jual beli masyarakatnya, tidak akan terlepas dari komoditas yang diperjualkan di pasar. Hal ini melibatkan bagaimana pemerintah Indonesia mengelola arus keluar masuknya barang yang diperjualbelikan secara domestik, termasuk produk dalam negeri maupun luar negeri. Mengenai produk dalam negeri, mengingat tingkat persaingan secara kualitas dan kuantitasnya terhadap produk luar negeri membuka peluang serta tantangan. Peluangnya adalah jika pemerintah Indonesia mampu untuk bisa menjamin dan membina pelaku usaha dalam negeri dalam mengembangkan produknya dan membantu untuk meningkatkan kualitasnya agar bisa tersertifikasi secara internasional, maka produk dalam negeri Indonesia akan memiliki daya jual dan daya saing yang tinggi.

Sehingga tidak hanya bisa menekan masyarakat Indonesia untuk memiliki preferensi untuk lebih memilih produk dalam negeri saja dan menjadi konsumennya, namun juga menumbuhkan rasa bangga terhadap produk dalam negeri sebagai bentuk upaya dukungan dan penghargaan bagi berkembangnya produk dalam negeri. Di lain sisi, ada pula beberapa tantangan yang muncul, jika pemerintah Indonesia tidak mampu untuk bisa melindungi dan mendukung pengembangan produk dalam negerinya, dan produk tersebut tidak memiliki nilai jual yang cukup tinggi, maka akan kalah secara kualitas dengan produk luar negeri yang bisa lebih membanjiri pasar domestik seiring dengan meningkatnya tuntutan masyarakat

terhadap produk terkait. Sehingga tanpa adanya kebijakan yang bisa menghadapi dan menangani tantangan ini, kebijakan untuk memperkuat pasar domestik dan mendatangkan kemanfaatannya akan terhambat dan urgensi untuk mendapat peluang yang dihasilkan dari persaingan pasar bebas untuk memperkuat kualitas produk dalam negeri dan memangkas perizinan tertentu yang mempermudah alur investasi akan lebih sulit dilakukan.

Selain mencakupi perkembangan perdagangan di pasar domestik, perlunya melihat dari aspek perdagangan di pasar internasional, baik melibatkan Indonesia dengan satu atau bahkan lebih negara sebagai mitra kerjasama perdagangan dan sektor ekonomi. Hal tersebut adalah dalam kebijakan Indonesia untuk mulai pengembangan target pasar seperti halnya kawasan pasar non tradisional yang bisa mendatangkan banyak pengembangan angka penjualan komoditas ekspor ke wilayah tersebut sesuai dengan kebutuhan. Mengenai pasar non tradisional yang masuk ke dalam strategi diplomasi ekonomi ini tidak terlepas dari bagaimana media ini dijadikan untuk mengembangkan hubungan kerjasama yang telah terjalin dengan negara mitra yang telah masuk ke dalam daftar prioritas pengembangan target pasar non tradisional. Sebab hubungan kerjasama yang telah terbentuk sebelumnya dapat lebih dikembangkan kembali menjadi lebih kuat sebab melibatkan unsur ekonomi dimana keduanya saling bergantung dan menghasilkan keuntungan satu sama lain. Peluangnya menjadi semakin besar, mengingat bahwa mayoritas target negara untuk pengembangan pasar non tradisional memiliki jumlah populasi yang cukup tinggi. Sehingga jumlah populasi ini bisa dijadikan peluang target konsumen untuk produk atau komoditas yang akan dipasarkan oleh Indonesia.

Selain itu, mayoritas target pasar non tradisional tidak menerapkan kebijakan yang rumit seperti halnya pembatasan bagi barang ekspor, maupun kebijakan lainnya yang membatasi alur masuk barang. Jika strategi Indonesia dapat memanfaatkan peluang ini dalam memasarkan produknya ke pasar non tradisional ini berhasil, maka keuntungan yang akan didapatkan juga akan semakin besar dan memiliki potensi untuk



dikembangkan. Namun kemudian, dalam pelaksanaannya, tentu ada beberapa tantangan yang juga dapat dilihat dari beragam peluang yang dimanfaatkan oleh Indonesia melalui upaya perwujudan diplomasi ekonominya dalam sektor pasar non tradisional ini. Tantangannya adalah dalam hal pengembangan potensi pasar non tradisional, Indonesia dapat mencapai dan mendapatkan keuntungan yang signifikan jika Indonesia mampu untuk menganalisis komoditas apa yang dibutuhkan dan memiliki nilai jual yang cukup menjanjikan di wilayah tertentu, beserta evaluasi tingkat persaingannya. Sebab jika tidak tepat dalam mengembangkan kualitas komoditas yang hendak dipasarkan, maka keuntungannya pun tidak akan sebesar yang diharapkan.

Dan selain itu, dalam perwujudan diplomasi ekonominya melalui sektor investasi memiliki peluang dan tantangan tersendiri pula. Dengan semakin mendorong perwakilannya dalam berdiplomasi dan mempromosikan potensi kerjasama ekonomi Indonesia terhadap target mitra kerjasama akan membuka semakin banyak peluang. Namun, membukanya pintu investasi dengan selebar mungkin, tantangan bagi Indonesia terletak di pembentukan hukum maupun kebijakan yang tepat dalam memoderasi tidak hanya kepentingan investor, tapi juga pengusaha dalam negeri. Sebab jika pemerintah tidak bisa melindungi pengusaha dan produk dalam negeri, tentunya nilai persaingan komoditas dalam negeri akan rendah dan dikalahkan dengan produk luar negeri. Sehingga keuntungan yang dihasilkan tidak akan seimbang bagi pengembangan kesejahteraan masyarakat Indonesianya tersendiri.

Jika kita melihat secara keseluruhan, diplomasi ekonomi yang diprioritaskan pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo ini memiliki strategi yang cukup jelas dan tertata, mengenai apa yang harus dilihat sebagai langkah-langkah strategis, sehingga dengan berjalannya waktu, akan banyak peluang yang ditemukan mengingat bahwa kelebihan Indonesia ada di media diplomasinya. Artinya dalam bagaimana Indonesia membangun dan membina hubungannya dengan negara lain. Tantangannya terletak di bagaimana Indonesia bisa konsisten dengan strateginya, dan bagaimana Indonesia bisa memastikan perangkat hukum



sebagai alat legalitas kerjasama baik dalam perdagangan maupun investasi. Dalam kebijakan terkait hukumnya juga perlu memiliki kepastian agar bisa tidak hanya mempromosikan potensi Indonesia, namun juga membangun komitmen yang jelas dan saling menguntungkan.

### **Kesimpulan**

Diplomasi ekonomi Indonesia terhadap pasar non tradisional, tidak hanya membuka peluang bagi Indonesia dalam upaya memperluas pasar yang pada intinya nanti akan menambah nilai ekspor Indonesia. Akan tetapi, juga akan memberikan tantangan bagi Indonesia ketika melaksanakan kebijakan luar negeri diplomasi ekonomi Indonesia terhadap pasar non tradisional. Oleh sebab itu, Indonesia perlu untuk memiliki desain dan strategi diplomasi ekonomi yang terkonsep agar dalam pelaksanaan kebijakan diplomasi ekonomi Indonesia ke pasar non tradisional dapat berjalan optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Creswell, John W. *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2010.
- Deliarnov. 2006. *Ekonomi Politik*. Jakarta. Erlangga.
- Hadari Nawawi, H,. 1996. Murni Martini. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta. Gajahmada University Press.
- Creswell, Jhon W. *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, Edisi Keempat, Terj. Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Pancasari (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016) hal. 4.
- J Moleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Bandung.
- Lisbet, et all, *Tantangan dan Peluang Diplomasi Ekonomi Presiden Joko Widodo*. P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika, Jakarta 2015
- Miles dan Huberman dalam Sugiyono, *Op. Cit.*, 2009, hal. 247-252.
- Odell, J.S., 2000. *Negotiating the World Economy*. USA. Cornell University Press.
- Jackson, Robert. dan Georg Sorensen, *Pengantar Studi Hubungan Internasional: Teori dan Pendekatan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013) 175.
- Peter Barston, Ronald. *Modern Diplomacy*. Pearson Education, 2006, hal. 1
- Santana K, Septiawan. *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Steans. et all. *International Relations Perspectives and Themes*. Essex (Inggris), Pearson Education Limited, 2001.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2011.
- Van Bergeijk, P.A.G., dan S. Moons. 2007. *Economic Diplomacy and Economic Security*. Portugal, New Frontiers for Economic Diplomacy.

## JURNAL

Kurniawan, Andi. *Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Thailand terhadap Pasar Timur Tengah*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 17, Nomor 3, Maret 2014.

Sofiah Resmi, Dewi. *Diplomasi Ekonomi Indonesia di Kawasan Amerika Latin dalam Forum For East Asia-Latin Cooperation (FEALAC)*. eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 2018, 6 (1), 167-180 ISSN 2477-2623 (online), ISSN 2477-2615 (print), ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id.

Delanova, Mariane. *Diplomasi Ekonomi Indonesia dan Negara-negara Berkembang dalam G-33 untuk Mempromosikan Proposal Special Products dan Special Safeguard Mechanism*. Dinamika Global, Nomor 01 Tahun 01 Juni 2016.

\_\_\_\_\_, *Kebijakan Luar Negeri Indonesia pada Era Presiden Joko Widodo melalui Penguatan Diplomasi Ekonomi*. Dinamika Global, Nomor 02 Tahun 02 Desember 2017.

Solichin, et all. 2010. *Jurnal Diplomasi*. Jakarta. Kementerian Luar Negeri.

Arystankulova, Gulsara. *Economic Diplomacy - Important Component Of Foreign Policy Of Modern State*. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication September 2018 Special Edition, hal. 2864-2873

## SUMBER INTERNET

Antara News. *Indonesia's Exports to Non Traditional Markets Begin to Increase*. <https://en.antaranews.com/news/113111/indonesias-exports-to-non-traditional-markets-begin-to-increase> diakses pada 14 November 2019

Encyclopedia Britannica. *Diplomacy | Nature, Purpose, History, & Practice*. <https://www.britannica.com/topic/diplomacy> diakses 14 November 2019

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. *Menteri Luar Negeri Ri Retno L. P. Marsudi Penyampaian Prioritas Politik Luar Negeri Republik*

<https://kemlu.go.id/portal/id/read/725/pidato/penyampaian-prioritas-politik-luar-negeri-republik-indonesia-2019-2024> diakses pada 14 November 2019

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. *Dorong Diplomasi Ekonomi Indonesia Galang Pebisnis dan Investor AS*. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/802/berita/dorong-diplomasi-ekonomi-indonesia-galang-pebisnis-dan-investor-as> diakses pada 10 Januari 2020

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. *Pasar Domestik Perlu Diperkuat*. <https://kemenperin.go.id/artikel/3315/Pasar-Domestik-Perlu-Diperkuat> diakses pada 10 Januari 2020

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. *Industri Nasional Perlu Garap Pasar Ekspor Non Tradisional*. <https://kemenperin.go.id/artikel/17533/Industri-Nasional-Perlu-Garap-Pasar-Ekspor-Nontradisional> diakses pada 10 Januari 2020

Kontan. *Ini Capaian Diplomasi Ekonomi Indonesia Selama Empat Tahun Terakhir*. <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-capaian-diplomasi-ekonomi-indonesia-selama-empat-tahun-terakhir> diakses pada 10 Januari 2020

Sari Aziza, Kurnia. *Jokowi Wanti-wanti Ekspor ke Pasar Non-tradisional*. Kompas.com, internet, 11 Oktober 2017, diakses pada 10 Februari 2019, Pkl. 19.21 WIB, diunduh dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/11/133756226/jokowi-wanti-wanti-ekspor-ke-pasar-non-tradisional>

Media Indonesia. *Diplomasi Ekonomi Indonesia Jadi Prioritas Pertama Polugri RI*. <https://mediaindonesia.com/read/detail/268298-diplomasi-ekonomi-indonesia-jadi-prioritas-pertama-polugri-ri> diakses pada 10 Januari 2020

Rana, Kishan S. *Economic Diplomacy: The Experience of Developing Countries*. Chapter 11, Nicholas Bayne, and Stephen Woolcock, *The*

*New Economic Diplomacy: Decision Making and Negotiation in International Economic Relations*, 2nd edition (Ashgate, London, 2007)

Sjahril Sabaruddin, Sulthon. *Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia Mendesain Clustering Tujuan Pasar Ekspor Indonesia: Pasar Tradisional vs Pasar Non-Tradisional*, internet, diakses pada 10 Februari 2019, Pkl. 18.30 WIB diunduh dari <file:///D:/DIPLOMASI%20EKONOMI%20INDONESIA/96597-ID-penguatan-diplomasi-ekonomi-indonesia-me.pdf>